

PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PRICE*, *GREEN PLACE*, DAN *GREEN PROMOTION* TERHADAP PERILAKU PASCA PEMBELIAN PADA KONSUMEN AIR MINUM DALAM KEMASAN KABUPATEN BANDUNG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi S1 Administrasi Bisnis

Disusun oleh:

I Gusti Agung Ayu Dessy Kristiana

1501168474



**S1 ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2017**

